

Pressemeldung

“Alles Würth smarter”

Freunde des Hauses entwickelt erste KI-basierte Digitalisierungskampagne für Würth und setzt neue Maßstäbe in der B2B-Kommunikation

Hamburg, 31. März 2025: Die Markenberatung und Kreativagentur Freunde des Hauses sicherte sich im letzten Jahr den Projektetat für die Adolf Würth GmbH & Co. KG. Daraus entstanden ist die strategische und kreative Entwicklung einer KI-basierten Kampagne, die Würths digitale Lösungen in den Mittelpunkt stellt. Ziel ist es, Würths Position als führender Anbieter im Bereich digitaler Beschaffung, smarterer Systeme und digitaler Services im Handwerk zu unterstreichen.

Erste Ergebnisse der Kampagne “Alles Würth smarter” waren bereits auf der BAU in München Anfang des Jahres zu sehen. Jetzt wird sie für den B2B-Markt ausgerollt.

Würth ist führender Hersteller von Montage- und Befestigungsmaterial für Handwerks- und Industriebetriebe. Mit seinen Lösungen treibt das Unternehmen aktiv die digitale Transformation der Branche voran, optimiert die Prozesse seiner Kunden und setzt neue Maßstäbe für Effizienz und Service im Handwerk. Diese Innovationskraft wird mit der aktuellen Kommunikation herausgestellt und zeigt das strategische und kreative Know-how von Freunde des Hauses im Bereich zukunftsweisender Markenkommunikation. Dabei war der Einsatz von KI für die gesamte Bildwelt ein Novum – sowohl für die Agentur als auch den Kunden.

“Digitalisierung verändert das Handwerk. Viele unserer Kunden sind offen für die Integration neuer Technologien. Hier setzen wir bei Würth an und positionieren uns als kompetenten Partner. Wir begleiten sie mit smarten Lösungen und das nötige Know-how für einen erfolgreichen Wandel”, erklärt Anne Sutano, Head of Marketing bei Würth.

Mit „Alles Würth Smarter“ haben Freunde des Hauses ein Kampagnendach entwickelt, das die digitale Kompetenz von Würth auf den Punkt bringt. Und den Markennamen direkt charmant einbindet. Neben den Handwerksbetrieben werden auch intern alle Mitarbeitenden adressiert, insbesondere im Vertrieb.

Die Kampagne zeigt, wie smarte Lösungen Prozesse effizienter machen – und dies mit einer visuellen Sprache, die KI-generiert ist. Jedes der neun Motive wurde speziell für die jeweilige Produktwelt entwickelt, um die drei Kernbereiche digitale Beschaffung, Systeme, Services optimal darzustellen. Das Keyvisual sowie Vertriebsmotiv runden den kommunikativen Auftritt ab.

FREUNDEDESHAUSES

ist eine unabhängige, inhabergeführte Kreativagentur mit knapp 30 Mitarbeitern, die genau das machen, was sie schon immer machen wollten: etwas bewegen. Den größten Gefallen tun Sie uns, wenn Sie uns ein Problem geben, das noch keiner lösen konnte. Dann blühen wir auf und machen, was sonst keiner kann. Dann machen wir das, was wir immer machen wollten.

“Wir haben die kreativen Möglichkeiten der Technologie optimal genutzt und eine inhaltlich starke wie auch innovative Kampagne geschaffen. Die KI-generierten Visuals sind nicht nur ästhetisch überzeugend, sondern unterstreichen die digitale Kompetenz von Würth. Und das mit einer Kampagne, die in ihrer Form einzigartig im Markt ist”, so Boris Schmarbeck, Geschäftsführer Kreation bei Freunde des Hauses.

Neben der digitalen Auspielung Online und auf Social Media wird die Kampagne auch in Print mit Anzeigen und POS-Werbemittel umgesetzt. Ergänzt wird dies durch Maßnahmen für die interne Kommunikation, darunter Postkarten und kreative Mitarbeiter-Giveaways wie Stickerbögen.

Agentur

Boris Schmarbeck Geschäftsführung Kreation
Christian Classen Geschäftsleitung Beratung
Marcus Bellstedt Strategie Director
Tim Güntner Senior Beratung
Marcus Schlieckriede Creative Director Text
Mareike Bias Senior Art Direction
Jan Röder Senior Text

Post-Production Print: Schulz & Co
Post-Production FOOH: Monkey Berlin

Kunde

Adolf Würth GmbH & Co. KG:
Anne Sutano, Head of Marketing
Stefanie Koch Head of Social Media
Sabrina Stumpf Head of Onlinemarketing
Hanna Betzel Projektmanagement
Sophia Ehemann Social Media Management

Die FREUNDEDESHAUSES glauben an die Kraft der Idee und an langfristige Beziehungen. Als echter Freund des Hauses (Unternehmens) genießt die Agentur das Vertrauen tief in die Gedanken der Entscheider:innen einzutauchen und so nachhaltig Großes zu bewegen und nachweislich etwas zu verändern. 2008 in Hamburg gegründet, arbeite ein 40-köpfiges Team unter Leitung der Geschäftsführung mit Thore Jung (Gründer und Gesellschafter) sowie Boris Schmarbeck (Kreation) für Kunden aus den Bereichen FMCG, Handel, Energie, Finanzen und B2B.

Pressekontakt

Daniela Ahrens, Senior Corporate Communications Managerin
Ludwigstraße 4
20357 Hamburg
ahrens@hirschen-group.com